

MAKNA KONSUMERISME PADA IKLAN

“ANAK DIKUTUK BAIK”

(Analisis Semiotik pada iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan gelar Sarjana

(S-1)



Disusun Oleh:

Adam Satria Abdillah

201310040311095

Pembimbing :

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

2020

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Adam Satria Abdillah
201310040311095

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

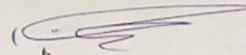
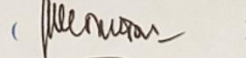
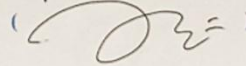
Sarjana (S.Ikom) Ilmu Komunikasi

Pada hari Sabtu, 12 September 2020

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Novin Farid Setyo W, S.Sos., M.Si
2. Zen Amirudin, M.Med.Kom.
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom.

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si

MAKNA KONSUMERISME PADA IKLAN
“ANAK DIKUTUK BAIK”
(ANALISIS SEMIOTIK PADA IKLAN SMARTFREN EDISI RAMADHAN 1440 H
DI YOUTUBE)

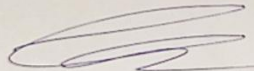
Diajukan Oleh :

ADAM SATRIA ABDILLAH
201310040311095

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Sabtu / 12 September 2020*

Pembimbing



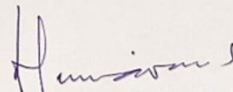
Novin Farid Setyo W, S.Sos., M.Si.

Wakil Dekan I



Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, S.Sos M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Adam Satria Abdillah
NIM : 201310040311095
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Makna Konsumerisme pada Iklan “Anak dikutuk
Baik” (Analisis Semiotik pada iklan Smartfren
edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)

Disetujui

Ketua Jurusan

Pembimbing



M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si



Novin Farid Setyo W. S.Sos, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/~~TESIS/DISERTASI~~DENGAN JUDUL:*)

Makna Konsumerisme pada iklan “Anak dikutuk Baik”

(Analisis Semiotik Iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)

Oleh:

Nama : Adam Satria Abdillah

NIM : 201310040311095

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui

Malang, 07 Juli 2020

Pembimbing / ~~Promotor~~

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

NIP. 10303110440

(*) Coret yang tidak perlu

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dini Larastika
NIM : 201310040311046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
Makna Konsumerisme pada iklan “Anak dikutuk Baik”
(Analisis Semiotik Iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube) adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 07 Juli 2020


Yang Menyatakan,



Adam Satria Abdillah

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPS

1. Nama : Adam Satria Abdillah
2. NIM : 201310040311095
3. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Jurusan : Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Audio Visual
6. Judul Skripsi : Makna Konsumerisme pada iklan “Anak dikutuk Baik”
(Analisis Semiotik pada Iklan Smartfren edisi Ramadhan
1440 H di Youtube)
7. Pembimbing : Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si
8. Kronologi Bimbingan

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
16 Februari 2020	ACC Judul Penelitian	
02 Maret 2020	ACC Bab I, II, III Proposal Penelitian	
07 Maret 2020	Revisi Proposal Bab I, II, III	
22 April 2020	Bab IV, V	
07 Juli 2020	Abstraksi	

Malang, 07 Juli 2020

Disetujui,

Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua saya, ayahanda tercinta Alm. Bambang Nurrahman dan ibunda tersayang Dwi Lestari yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Hammam Faisal Fahmi dan Farid Anwar Zuhdi adik saya, Ponirah nenek saya dan segenap keluarga serta teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan memberikan bimbingan dan kedisiplinan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bantuan kepada penuli.
6. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas Ikom B Angkatan 2013 yang sangat menyenangkan dan akan selalu saya rindukan.
7. Terima kasih juga buat Dessy yang telah mensupport dengan membuat keputusan yang tidak terduga. aseeeek.
8. Shofyan, Afu yang selalu menjadi teman ngopi, ngontrak, kuliah, kerja, dan kegiatan lain.

9. Teman-teman Zhelayu Uspekha, Arum, Bani, Tutik, Zainur, Rudi, Seradhita, Yani, Mila, yang menjadi support dari Sekolah di MAN sampai sekarang.
10. Terimakasih juga buat Yoyok, Sila, Ivan, teman ngopi dan gitaran di warung kopi, pokoke lossss.
11. Mas Dani, Adi, Coki, Tito, Hanif, terima kasih untuk pengalaman di dunia pershootingan dan perweddingan.
12. Iip, Fanny, Terry, Dini, terimakasih atas curhatanya, nyuruh-nyuruhnya, dan ngingetin untuk segera menyelesaikan skripsi.
13. Terimakasih juga buat Akbar untuk setiap materi dark jokes nya.

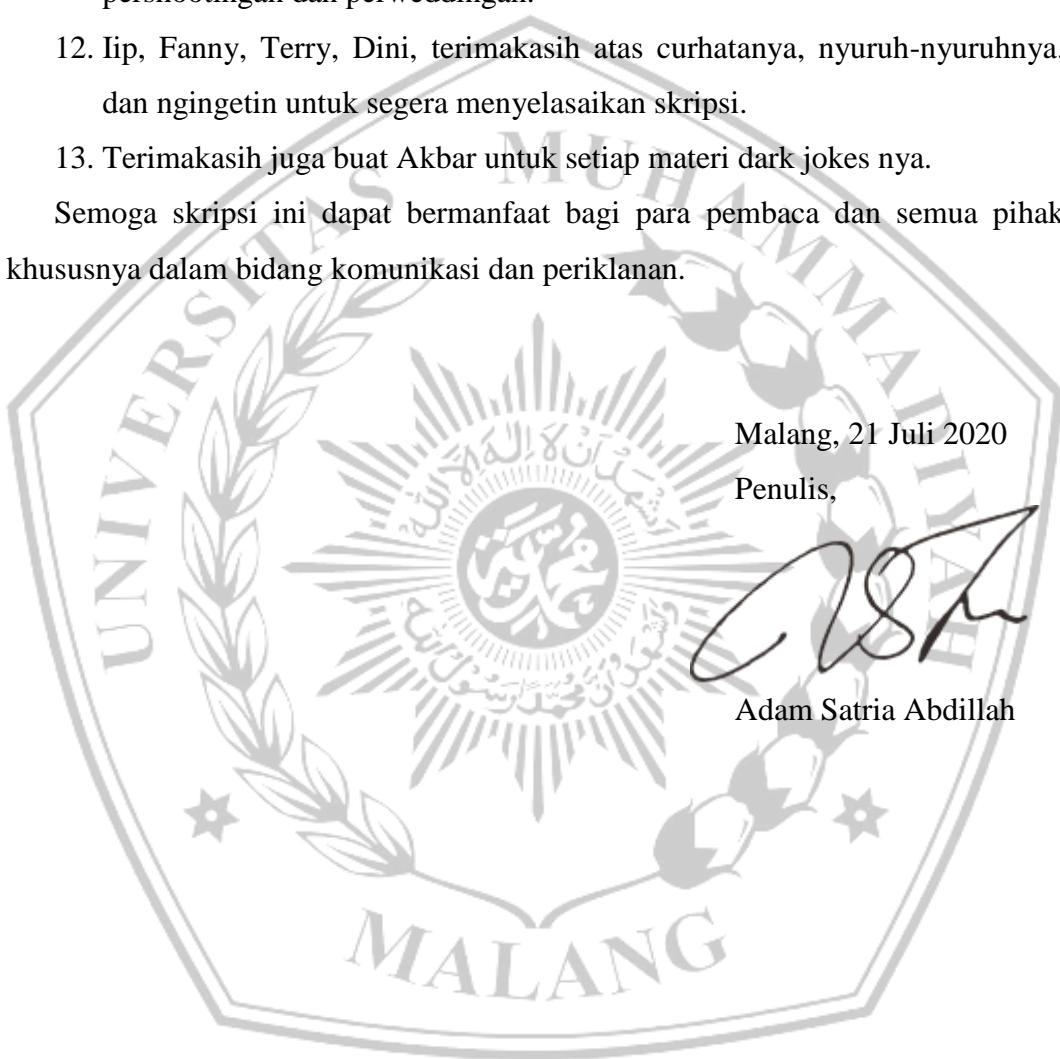
Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang komunikasi dan periklanan.

Malang, 21 Juli 2020

Penulis,



Adam Satria Abdillah



ABSTRAK

Adam Satria Abdillah, 201310040311095, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, **MAKNA KONSUMERISME PADA IKLAN “ANAK DIKUTUK BAIK” (Analisis Semiotik pada iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)**.
Pembimbing: Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si
Kata Kunci : Iklan, Religius, Konsumerisme

Penelitian ini berjudul “Makna Konsumerisme pada iklan “Anak dikutuk Baik” (Analisis Semiotik pada iklan Smartfren edisi Ramadhan 1440 H di Youtube)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana makna konsumerisme pada iklan Smartfren dengan judul “Anak dikutuk Baik”.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe interpretatif melalui metode analisis semiotik yang mengacu pada teori Roland Barthes yang menggunakan kaidah denotasi, konotasi dan mitos. Unit analisis dalam penelitian ini adalah keseluruhan bentuk dan tanda yang peneliti anggap memenuhi kriteria dan mampu untuk diungkap maknanya. Setelah itu peneliti menyajikan berupa hasil dari penelusuran tanda-tanda denotatif dan konotatif yang terdiri dari penanda dan petanda yang merupakan tingkat penandaan dari semiotika Roland Barthes.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan tanda-tanda dalam iklan Smartfren edisi Ramadhan dengan judul “Anak dikutuk Baik” ini cenderung mengambil citra religius yang merupakan penggambaran ideologis keagamaan. Citra tersebut dihubungkan dengan target audiens produk tersebut sehingga menimbulkan budaya konsumerisme yang dibalut dengan unsur religius.

Malang, 07 Juli 2020

Mengetahui

Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo S. Sos, M. Si

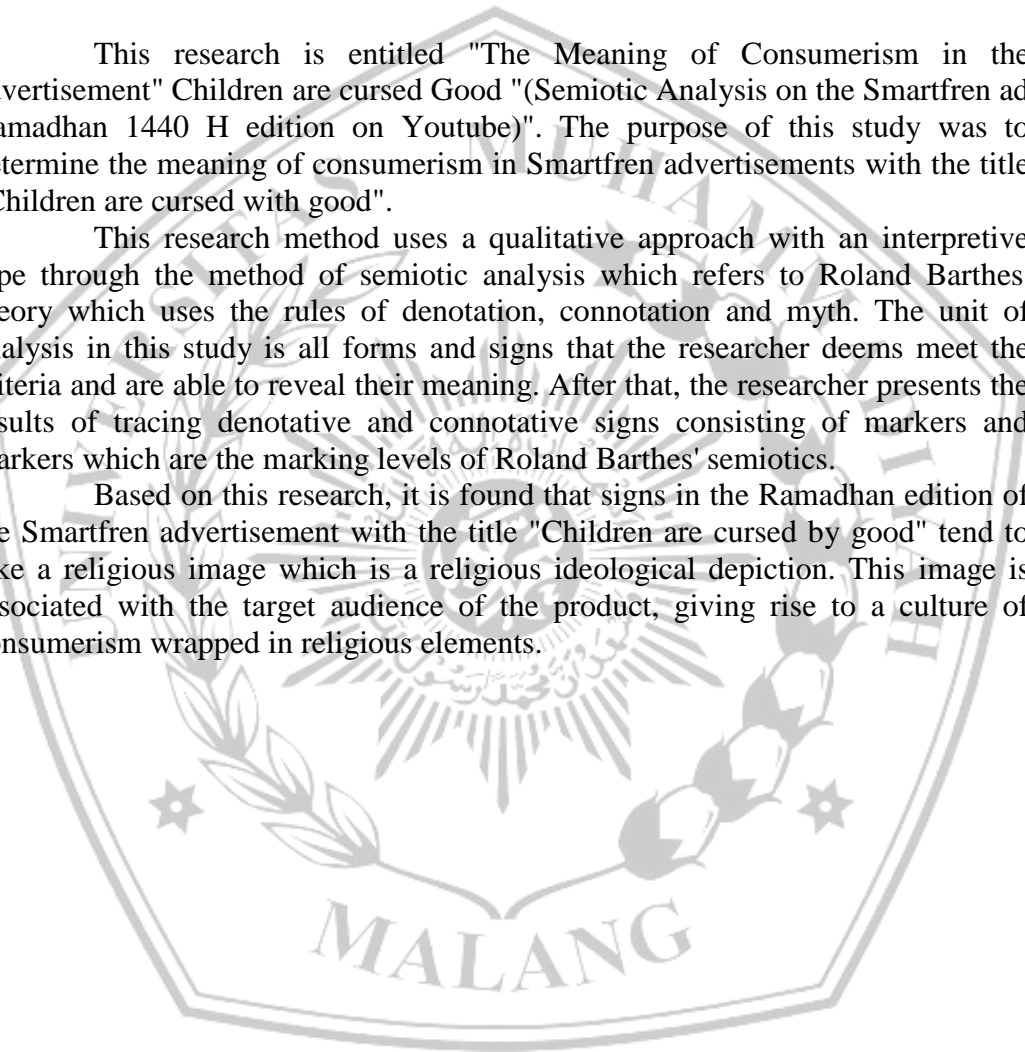
ABSTRACT

Adam Satria Abdillah, 201310040311095, Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Malang, **THE MEANING OF CONSUMERISM IN “CHILDREN IS CUTED GOOD” ADVERTISING** (Semiotic analysis on Smartfren advertisement Ramadhan 1440H edition on Youtube). Advisor: Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si
Keywords: Advertising, Religious, Consumerism

This research is entitled "The Meaning of Consumerism in the advertisement" Children are cursed Good "(Semiotic Analysis on the Smartfren ad Ramadhan 1440 H edition on Youtube)". The purpose of this study was to determine the meaning of consumerism in Smartfren advertisements with the title "Children are cursed with good".

This research method uses a qualitative approach with an interpretive type through the method of semiotic analysis which refers to Roland Barthes' theory which uses the rules of denotation, connotation and myth. The unit of analysis in this study is all forms and signs that the researcher deems meet the criteria and are able to reveal their meaning. After that, the researcher presents the results of tracing denotative and connotative signs consisting of markers and markers which are the marking levels of Roland Barthes' semiotics.

Based on this research, it is found that signs in the Ramadhan edition of the Smartfren advertisement with the title "Children are cursed by good" tend to take a religious image which is a religious ideological depiction. This image is associated with the target audience of the product, giving rise to a culture of consumerism wrapped in religious elements.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Iklan	5
2.2 New Media (Media Baru)	12
2.3 Media Sosial	14
2.4 Jenis Media Sosial	15
2.5 Pandangan Semiotika Terhadap Iklan	16
2.6 Pendekatan Semiotika Roland Barthes	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Sumber Data	27
3.4 Unit Analisis Penelitian	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	28
3.6 Metode Analisis Data	28
3.7 Uji Keabsahan Data	30
BAB IV PENYAJIAN DAN INTERPRETASI DATA	34

4.1 Iklan Smartfren edisi Ramadhan	34
4.2 Iklan “Anak dikutuk Baik”	35
4.3 Penokohan dalam iklan “Anak dikutuk Baik”	36
4.4 Analisis Semiotik	38
4.5 Pembahasan	46
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
5.2.1 Saran Akademis	51
5.2.2 Saran Praktis	51
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	xiv



DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Alex Sobur. 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Pranada Media Group
- Anggiani, Sarfilianty. 2018. *Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan*. Jakarta: Kencana
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Featherstone, Mike. 2008. *Postmodern dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Febriani S Nufian dan Wayan Weda Asmara. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang: Tim UB Press
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Tim UB Press
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nurudin dkk. 2020. *Media Kiblat Baru Politik Indonesia*. Malang: Citra Intan Selaras

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana

Wibowo, Indriawan Seto Wahyu. 2013. *Semiotika Komunikasi, Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Zarrella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing*. USA: Oreilly Media


Sumber Lain

Syuderajat, Fajar, Kenanga Puspitasari. 2017. *Pengelolaan Media Sosial oleh Unit Corporate Communication PT GMF AEROASIA*. *Komuniti*, 9(2), 81-97.

Puspita, Yesi. 2015. *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203-212



HASIL DETEKSI PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Tanda Terima
Plagiasi**

Nama : ADAM SATRIA ABDILLAH
NIM : 201310040311095

Hasil Plagiasi : 18/6 28/6 7/2 14/4


BAB I	84	49	40	16
BAB II	87	80	26	33
BAB III	24	82	60	22

18
17

BAB IV	10			
BAB V	28			
BAB VI				

18/6

Malang, 24-7-2020
Admin Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


M. Dasuki

